

Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Kontrak Jual Beli (Studi Perbandingan Hukum Indonesia dan Thailand)

^{*1} Kris Wardiansyah, ²Aulia Marsya Andini, ³Roni Fardillah

^{1,2,3} Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram, Nusa Tenggara Barat, 83115, Indonesia

Article Info

Article history:

Received: 13 Juni 2025

Revised: 24 Juni 2025

Accepted: 29 Juni 2025

Keywords:

Consumer Protection;
Indonesia-Thailand; Contract
Law; Comparative Legal Study.

Article type:

Research article

Abstract:

Background: Consumer protection within contract law is vital to modern legal systems, especially in Indonesia and Thailand, where rapid economic growth presents unique challenges. Safeguarding consumer rights in sales and purchase agreements has become increasingly significant, underscoring the necessity for a comparative analysis of the legal frameworks in both nations.

Objective: This study aims to compare the systems of consumer contract protection in Indonesia and Thailand, with a particular emphasis on the legal framework, protection mechanisms, implementation, and practices in sales and purchase transactions.

Method: Employing a normative juridical approach and comparative analysis, the study investigates and contrasts both countries' consumer protection legal systems to identify their similarities and differences.

Results: The findings indicate that Indonesia and Thailand share fundamental consumer protection principles, but their implementation strategies differ considerably. Indonesia adopts a comprehensive approach through Law No. 8 of 1999, whereas Thailand integrates consumer protection measures across various sectoral regulations, with a strong emphasis on alternative dispute resolution.

Conclusion and Recommendations: Both countries are committed to consumer protection, albeit through differing legal frameworks. Indonesia could enhance its alternative dispute resolution mechanisms, while Thailand might benefit from consolidating its sectoral regulations to achieve greater consistency in consumer protection.

This is an open-access article under the [CC BY-SA](#) license.



*Corresponding Author:

Kris Wadiansyah

Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram, Nusa Tenggara Barat, 83115, Indonesia

Email: wardiansyahkris@gmail.com

1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi, transaksi jual beli telah mengalami transformasi signifikan yang mengubah dinamika hubungan antara penjual dan pembeli. Perkembangan ini menimbulkan berbagai tantangan baru dalam perlindungan hak-hak konsumen, khususnya dalam konteks kontrak jual beli yang seringkali tidak seimbang dalam hal posisi tawar antara kedua belah pihak.

Konsumen yang pada umumnya berada dalam kedudukan yang kurang menguntungkan, memerlukan perlindungan hukum yang memadai untuk memastikan bahwa hak-haknya tidak diabaikan dalam transaksi komersial. Hal ini menjadi semakin

penting mengingat kompleksitas produk dan layanan modern, serta praktik bisnis yang tidak selalu transparan atau adil terhadap konsumen.¹

Indonesia dan Thailand, sebagai dua negara berkembang di kawasan Asia Tenggara, memiliki tantangan serupa dalam mengembangkan sistem perlindungan konsumen yang efektif. Kedua negara ini telah mengembangkan kerangka hukum yang bertujuan melindungi konsumen, namun dengan pendekatan dan mekanisme yang berbeda, mencerminkan perbedaan dalam tradisi hukum, struktur sosial, dan prioritas kebijakan masing-masing negara.²

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisis dan membandingkan undang-undang perlindungan kontrak konsumen Thailand dan Indonesia untuk pembelian dan penjualan. Untuk mencapai keadilan dan keamanan konsumen, sangat penting untuk menyelidiki bagaimana hukum perlindungan konsumen diterapkan dalam perjanjian pembelian dan penjualan di Thailand dan Indonesia. Adapun isu hukum yang ingin di bahas yakni bagaimana kerangka dari hukum perlindungan konsumen dalam kontrak jual beli dari Indonesia maupun Thailand dalam memenuhi hak-hak konsumen? Bagaimana upaya dalam perlindungan konsumen dalam kontrak jual beli di Indonesia dan Thailand?

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis perbandingan yang dikombinasikan dengan pendekatan yuridis normatif. Peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan literatur hukum dari Thailand dan Indonesia menjadi sumber data.³ Landasan hukum untuk perlindungan konsumen, perlingkungannya, dan penerapan praktisnya dianalisis. Selain itu, analisis dokumen hukum dan penelitian kepustakaan juga diterapkan sebagai teknik pengumpulan data. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan mengguakan metode analisis komparatif untuk menemukan kesamaan dan perbedaan antara kerangka kerja perlindungan konsumen di kedua negara.

3. Hasil dan Diskusi

Kerangka Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Jual Beli di Indonesia dan Thailand

a. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia⁴

1) Landasan Hukum Utama

Peraturan utama dalam kerangka kerja legislatif yang cukup luas di Indonesia untuk perlindungan konsumen adalah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen, pelaku usaha, serta hak dan kewajiban setiap pihak dalam transaksi bisnis didefinisikan dengan jelas oleh undang-undang ini.

¹ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Cet. Kedua, Yogyakarta: Liberty, 1999.

² Fuady, M. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007.

³ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020).

⁴ Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2006.

Pasal 4 dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen menguraikan berbagai hak milik konsumen. Di antaranya ialah hak dalam menentukan pilihan dan mendapatkan produk atau layanan yang sesuai dengan harga, kualitas, serta garansi yang telah disepakati, hak memperoleh keterangan yang tepat, transparan, dan dapat dipercaya tentang kondisi dan jaminan produk atau layanan dimaksud, beserta hak-hak lainnya yang diatur dalam peraturan perundang-undangan untuk mengamankan kepentingan konsumen.

2) Mekanisme Perlindungan dalam Kontrak Jual Beli⁵

Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen Indonesia menawarkan perlindungan dalam konteks perjanjian jual beli melalui beberapa cara. Pertama, seperti yang dinyatakan dalam Pasal 18, syarat-syarat standar yang merugikan konsumen dilarang. Pasal ini melarang pelaku usaha untuk memasukkan klausula yang menunjukkan pengalihan kewajiban, memberikan kuasa untuk menolak pengembalian barang yang telah dibeli konsumen, atau mengandung klausula lain yang dapat membahayakan konsumen.

Kedua, pelaku usaha diwajibkan oleh Pasal 7 untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai jaminan dan kondisi barang atau jasa. Ketentuan ini memberikan hak hukum kepada konsumen untuk menuntut ganti rugi apabila informasi tersebut tidak benar.

Ketiga, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) menyediakan mekanisme penyelesaian konflik yang tidak terlalu rumit dan lebih ekonomis dibandingkan dengan penyelesaian sengketa di luar pengadilan.

3) Implementasi dan Tantangan⁶

Ada beberapa kendala dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia. Banyak konsumen yang masih tidak mengetahui hak-hak mereka dan perlindungan yang tersedia, menurut penelitian Kristiyanti (2008). Selain itu, efisiensi perlindungan konsumen terhambat oleh sistem penegakan hukum yang belum berkembang dan tidak adanya sosialisasi hak-hak konsumen.

b. Hukum Perlindungan Konsumen di Thailand⁷

1) Hukum Perlindungan Konsumen

Thailand mengatur perlindungan konsumen melalui Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) yang telah mengalami beberapa kali amendemen, dengan amendemen terakhir pada tahun 2019. Berbeda dengan pendekatan Indonesia yang menggunakan satu undang-undang komprehensif, Thailand mengintegrasikan perlindungan konsumen dalam berbagai peraturan sektoral yang spesifik.

Consumer Protection Act Thailand mengatur tentang hak-hak dasar konsumen, larangan praktik perdagangan yang tidak adil, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Undang-undang ini juga mendirikan Office of Consumer Protection Board (OCPB) sebagai lembaga utama yang bertanggung jawab atas implementasi kebijakan perlindungan konsumen.

⁵ Kristiyanti, C.T.S. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

⁶ Tampubolon, W. S. *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Advokasi, 4(1), 2016, 53-61.

⁷ Thailand. *Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) as amended*. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

2) Perlindungan dalam Transaksi Jual Beli

Dalam hal perjanjian jual beli, sistem perlindungan konsumen Thailand sangat menekankan pada penghentian aktivitas bisnis yang tidak adil dan menawarkan ganti rugi kepada pelanggan yang tidak puas. Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang sejumlah kegiatan komersial yang dapat membahayakan pelanggan, seperti iklan yang menipu, penjualan barang yang tidak memenuhi peraturan keselamatan, dan penetapan harga yang tidak adil.

Selain itu, Thailand telah menetapkan sistem yang ketat untuk sertifikasi produk dan sistem penarikan kembali yang sukses. Pelanggan diyakinkan oleh sistem ini bahwa barang yang beredar di pasaran telah memenuhi persyaratan keamanan dan kualitas yang ditetapkan.

3) Mekanisme Penyelesaian Sengketa

Thailand mengembangkan sistem penyelesaian sengketa konsumen yang menekankan pada mekanisme alternatif di luar pengadilan. *Consumer Protection Board* memiliki kewenangan untuk melakukan mediasi dan arbitrase dalam sengketa konsumen. Teknik ini telah menunjukkan keampuannya dalam menyelesaikan konflik dengan biaya yang masuk akal dan dalam waktu yang relatif singkat.

Upaya Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Jual Beli di Indonesia dan Thailand

a. Indonesia

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 menjadi landasan bagi inisiatif perlindungan konsumen di Indonesia. Berikut ini adalah lima asas atau prinsip perlindungan konsumen:

1) Manfaat

UUPK harus diterapkan dengan cara yang memaksimalkan manfaat bagi pengusaha dan konsumen, agar mencegah ada pihak yang memiliki dalam kedudukan yang lebih unggul. Hak-hak masing-masing pihak harus diberikan.

2) Keadilan

Pasal 4-7 dalam UUPK, yang mengatur hak dan tanggung jawab pengusaha dan konsumen, menunjukkan bagaimana pendekatan ini digunakan. Diharapkan bahwa dengan menerapkan pendekatan ini, pelaku usaha dan konsumen dapat secara adil melaksanakan tanggung jawabnya dan menuntut haknya.

3) Keseimbangan

Pendekatan ini diharapkan dapat digunakan dengan cara yang dapat menyeimbangkan kepentingan pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen, tanpa salah satu pihak memiliki perlindungan yang menguntungkan.

4) Keamanan dan Keselamatan bagi Konsumen

Penerapan UUPK diharapkan dapat menjamin rasa aman dan keselamatan konsumen saat memakai dan mengonsumsi barang dan/atau jasa.

5) Kepastian Hukum

Tujuan perlindungan konsumen adalah memastikan bahwa konsumen dan pengusaha mematuhi aturan hukum dan mendapatkan perlakuan yang adil, dan negara memastikan bahwa hukum itu jelas.

Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Maksud dari perlindungan konsumen adalah untuk memajukan pengetahuan, kecakapan, dan otonomi konsumen dalam menentukan pilihan. Perlindungan ini juga dimaksudkan untuk menghindari dampak merugikan dari penggunaan barang atau jasa serta memperkuat konsumen agar sanggup menyeleksi dan menuntut hak-haknya dengan penuh kesadaran. Selain itu, proteksi konsumen bertujuan untuk memuliakan martabat konsumen dengan menjauhkannya dari pengaruh buruk pemakaian barang dan jasa, serta membangun sistem pengamanan yang menjamin kejelasan hukum, keterbukaan, dan

kemudahan dalam mengakses informasi. Tujuan lain adalah menggerakkan pelaku bisnis agar lebih menghayati urgensi perlindungan konsumen, sehingga terwujud iklim usaha yang transparan dan bertanggung jawab, serta untuk meningkatkan mutu barang dan jasa demi kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen, berikut kesinambungan bisnis.

Hak konsumen terhadap kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan produk dan/atau layanan mendapat jaminan hukum. Konsumen memiliki hak untuk menentukan pilihan dan memperoleh produk dan/atau layanan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan serta selaras dengan ketentuan dan garansi yang telah disepakati. Mereka juga berhak mendapatkan keterangan yang tepat, transparan, dan dapat dipercaya mengenai persyaratan serta jaminan produk atau layanan dimaksud. Lebih lanjut, konsumen berhak mengutarakan pandangan dan keberatan mengenai produk atau layanan yang dikonsumsi, serta memperoleh proteksi, bimbingan, dan resolusi konflik yang berkeadilan. Konsumen juga berhak mendapat pembinaan dan pembelajaran terkait proteksi konsumen. Selain itu, mereka harus mendapat perlakuan yang adil, transparan, dan tanpa pembedaan. Apabila produk dan/atau layanan yang diterima tidak cocok dengan perjanjian atau tidak memenuhi standar, konsumen berhak memperoleh penukaran, kompensasi, dan/atau restitusi.

b. Thailand

Berdasarkan *Consumer Protection Act Thailand B.E. 2522 (1979)*, upaya perlindungan konsumen dalam jual beli diwujudkan melalui kerangka hukum yang komprehensif dengan berbagai mekanisme perlindungan. Undang-undang ini memberikan empat hak fundamental kepada konsumen: Pertama, hak atas informasi yang akurat dan memadai mengenai kualitas barang atau jasa; kedua, kebebasan untuk memilih; ketiga, hak mendapatkan keamanan dalam mengkonsumsi barang/jasa; dan keempat, hak untuk meminta pertimbangan dan ganti rugi atas kerugian yang dialami sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Consumer Protection Act Thailand B.E. 2522 (1979) Part 2 bis Section 35 bis menyatakan dalam bisnis apa pun yang berhubungan dengan penjualan barang atau penyediaan layanan jika kontrak penjualan atau kontrak layanan tersebut diwajibkan oleh undang-undang atau kebiasaan untuk dibuat secara tertulis, komite kontrak berwenang untuk menjadikan bisnis tersebut sebagai bisnis yang dikendalikan sehubungan dengan kontrak.

Kontrak antara pengusaha dan konsumen dalam bisnis yang dikendalikan sehubungan dengan kontrak harus memiliki deskripsi berikut:

- 1) menetapkan ketentuan kontrak yang diperlukan yang jika tidak ditetapkan dalam kontrak, konsumen akan sangat dirugikan;

2) tidak menetapkan ketentuan kontrak yang tidak adil bagi konsumen.

Asalkan, tunduk pada aturan, ketentuan, dan rincian yang ditentukan oleh Komite Kontrak, dan untuk kepentingan konsumen secara keseluruhan, Komite Kontrak dapat mengizinkan pengusaha untuk menyiapkan kontrak sesuai dengan formulir yang ditentukan oleh Komite Kontrak. Ketetapan berdasarkan paragraf satu dan dua harus sesuai dengan aturan dan prosedur yang ditentukan oleh Keputusan Kerajaan.

Dalam hal kontrak jual beli, undang-undang memberikan perlindungan khusus untuk bisnis yang dinyatakan sebagai bisnis terkontrol kontrak. Komite Kontrak memiliki kewenangan untuk mewajibkan kontrak berisi syarat-syarat yang diperlukan tanpa membuat konsumen dirugikan secara tidak wajar, dan melarang klausul kontrak yang tidak adil bagi konsumen. Selain itu, terdapat mekanisme penyelesaian sengketa melalui *Consumer Protection Board* yang dapat menerima keluhan konsumen, melakukan investigasi, dan bahkan mengajukan tuntutan hukum atas nama konsumen. Bisnis yang melanggar peraturan perlindungan konsumen menghadapi hukuman pidana dan denda yang berat menurut hukum. Pelanggaran serius termasuk menjual barang yang tidak aman atau terlarang dapat dikenai denda hingga 500.000 Baht dan hukuman lima tahun penjara.

1. Conclusion

1. Perbandingan sistem perlindungan kontrak konsumen dalam transaksi jual beli antara Indonesia dan Thailand menunjukkan bahwa kedua negara telah mengembangkan kerangka hukum yang memadai untuk melindungi hak-hak konsumen, meskipun dengan pendekatan yang berbeda. Indonesia menggunakan pendekatan komprehensif dengan satu undang-undang utama, sementara Thailand menggunakan pendekatan sektoral yang terintegrasi. Efektivitas perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada keberadaan peraturan perundang-undangan, tetapi juga pada implementasi, penegakan hukum, dan kesadaran konsumen akan hak-haknya. Kedua negara perlu terus mengembangkan sistem perlindungan konsumen mereka untuk menghadapi tantangan perdagangan modern, terutama dalam era digital dan globalisasi.
2. Penyelesaian sengketa secara litigasi atau non-litigasi merupakan dua strategi hukum yang dapat digunakan untuk menyelesaikan perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha. Penyelesaian sengketa berbasis litigasi didasarkan pada gugatan yang diajukan oleh salah satu pihak. Sedangkan penyelesaian sengketa non-litigasi dapat dilakukan dengan beberapa cara, termasuk arbitrase, mediasi, konsiliasi, dan negosiasi. Sedangkan Thailand melalui *Consumer Protection Board* sebagai badan tertinggi hingga komite-komite spesialis yang menangani bidang tertentu. Undang-undang ini juga memberikan peran aktif kepada asosiasi konsumen yang diakui untuk dapat mengajukan tuntutan hukum atas nama konsumen, menciptakan sistem perlindungan yang tidak hanya bergantung pada pemerintah tetapi juga melibatkan partisipasi masyarakat sipil.

Acknowledgments

Penulis mengucapkan terimakasih diucapkan kepada semua pihak yang telah berkontribusi pada penyusunan artikel ini.

Kontribusi Penulis

Semua tim yang terlibat dalam penelitian ini telah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan hasil penelitian.

Konflik kepentingan

Penulis mendeklarasikan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam penyusunan artikel ini

References

- Fuady, M. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007.
- Kristiyanti, C.T.S. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020).
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2006.
- Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Cet. Kedua, Yogyakarta: Liberty, 1999.
- Tampubolon, W. S. *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Advokasi, 4(1), 2016, 53-61.
- Thailand. *Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) as amended*. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.